

УДК 339.138

Паньків Дарина

Pankiv Daryna

Науковий керівник: старший викладач О. І. Міщук

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТА
ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМСТВА
THE RELATIONSHIP OF ASSORTMENT POLICY AND EFFICIENCY
OF THE TRADING COMPANY**

Без детального вивчення ринку, оцінки ринкової ситуації, характеристики тенденцій розвитку та пропорцій ринку, виявлення усіх складних взаємозв'язків, що виникають у процесі товароруху неможлива ефективна господарська діяльність. Зміна попиту та пропозиції, динаміка цін, оптимізація асортименту товарів, розробка інвестиційних програм - усе це вимагає моделювання та прогнозування закономірностей ринкових процесів, визначення їх ефективності.

Маркетингова діяльність охоплює весь процес діяльності підприємства, а саме: поєднує вивчення попиту покупців і ринку збуту, формує оптимальний асортимент товарів, займається організацією раціональних зв'язків з постачальниками, встановлює ціни продажу, здійснює збут та планування комунікаційного комплексу просування товару на ринок.

Однією із важливих проблем сучасної економіки є аналіз взаємозв'язку асортиментної політики та ефективності діяльності торгового підприємства, що діє на конкретному сегменті регіонального ринку.

Щоб ефективно функціонувати на ринку та стабільно отримувати прибуток, кожне підприємство розробляє та реалізує свою власну

стратегію. Для українських підприємств на сучасному етапі особливе значення має розробка номенклатурної, а також товарної та сервісної політики із врахуванням особливостей функціонування на ринку. Це обумовлено високою динамікою змін економічної кон'юнктури та необхідністю розраховувати ризики та алгоритм поведінки підприємств в умовах ринку.

Питаннями управління товарною номенклатурою та асортиментом займаються вітчизняні та зарубіжні науковці. Так, глибокий аналітичний матеріал з проблем формування асортименту та номенклатури містять роботи таких українських авторів - Гаркавенко С.С., Кардаша В.Я., Мороз Л.А., Руделіуса В., Чухрай Н.І., а також зарубіжних - Асселя Г., Дихтля Е., Котлера Ф., Макдональда М., Хершгена Х. Проте необхідно визнати, що теоретичні напрацювання за темою дослідження містять різні суперечливі концепції. Це викликано певними методологічними недоопрацюваннями. Формування номенклатурної політики торгового підприємства у сучасних економічних умовах до сих пір не отримало необхідної уваги, попри усе це, тема надзвичайно важлива, адже має прикладний аспект.

Дослідження методології діяльності торгового підприємства крізь призму вивчення номенклатурної політики, а також дослідження формування, функціонування та взаємодії регіональних ринків, розвиває та узагальнює напрацювання про механізм стабільної та ефективної діяльності підприємства у сфері торгової діяльності на сучасного ринку.

Необхідно відзначити, що універсальної відповіді на питання управління товарним асортиментом не існує, оскільки кожне підприємство, зважаючи на свою специфіку, вирішує дану проблему самостійно. Її рішення може лежати в трьох площинах: маркетинговій, логістичній і виробничій.